



没有卖不出去的商品，只有不会卖的卖家

给你一个商品 看你怎么卖

把商品卖给任何顾客的
实战攻略读本

没人买！是你不会卖
你会卖！就会有人买

给你一个商品，你卖不出去，很大程度上是因为你智慧不够。一个精于买卖之道的人，能把斧子卖给总统，能把梳子卖给和尚。只要你掌握了买卖之道，就没有卖不出去的商品。

给你一个商品
看你怎么卖



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

给你一个商品，看你怎么卖 / 董凤卓著. —北京：
中国商业出版社，2014.10

ISBN 978-7-5044-8734-6

I . ①给 … II . ①董… III . ①商品—销售 IV .
① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 210281 号

责任编辑：朱丽丽

中国商业出版社出版发行
010-63180647 www.c-cbook.com
(100053北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
三河市龙大印装有限公司印刷

*

710 × 1000毫米 16开 14印张 220千字
2014年11月第1版 2014年11月第1次印刷

定价：32.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

很多时候我们总是有这样的不解：为什么别人的生意比自己好？为什么自己的产品质量顶呱呱却无人问津？为什么自己磨破嘴皮也不能把货物卖出去？为什么服务再好也不能提升销售业绩？

当下，很多人抱怨生意难做。但是，销售行业里有这样一句名言：“只有不会卖的卖家，没有卖不出去的商品。”的确，给你一个商品，你卖不出去，很大程度上是因为你智慧不够。一个精于买卖之道的人，能把斧子卖给总统，能把梳子卖给和尚。在精于买卖之道的人眼里，就没有卖不出去的商品。

美国一位名叫乔治·赫伯特的推销员，成功地把一把斧子推销给了小布什总统。乔治·赫伯特说：“把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的，因为布什总统有一个农场，里面长着许多树。于是我就给他写了一封信，信上说：‘有一次，我有幸参观您的农场，发现里面长着许多矢菊树，有些树已经死掉，木质已变得松软。我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，这种小斧头显然太轻，因此您仍然需要一把不甚锋利的大斧头。现在我这儿正好有一把这样的斧头，很适应砍伐枯



木。假如您有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给予回复……’最后他就给我汇来了15美元。”

与把斧子卖给总统相比，把梳子卖给和尚或许更难一些。但是，也难不倒会卖商品的人。

一个卖主来到一个寺庙卖梳子，老和尚说真的不需要。卖主对和尚说，您是得道高僧，书法甚是有造诣，如果把您的字刻在梳子上，刻些“平安梳”、“积善梳”送给香客，既弘扬了佛法，又弘扬了书法。

老和尚微微一笑，善哉！就买了梳子。

乔治·赫伯特和这个把梳子卖给和尚的人都把自己的商品卖了出去。原来，卖商品卖的是智慧。当你的商品有了良好的产品品质，作为卖主就要懂得顾客的心理，要懂得用广告来造势，要懂得维护自己的良好形象，要有能说会道的口才，乃至要向买家提供良好的服务等。

总之，摊位的卖主、卖场的营业员和商业经理人埋怨生意不好做，其实缺的不是热销的商品，缺的是卖商品的智慧，读一读《给你一个商品，看你怎么卖》这本书，相信在品读中能够给你开拓卖的思路，为你找寻卖的办法，让你收获卖的学问，让你能够把所有的商品都能变成热销品。

第一章

卖家先修炼自我，后销售商品

提升业务素质，才能提高销售额 / 003

有积极的心态，才能卖好商品 / 006

打扮得体的卖家，才会成功抓住顾客 / 009

熟悉自己推销的商品，提高交易成功率 / 013

卖家推销商品，首先要会推销自己 / 015

做好个人成长的管理，提高自己的推销能力 / 019

第二章

把商品放在店里卖，有好店面才会有好买卖

好店铺有个好招牌，买卖人要懂的招牌设计 / 025

一个吸引顾客的店铺，要有一个独特的店标 / 027

用店铺的独特格调，反映出商品的个性 / 028

巧用色彩搭配，为顾客带来消费心情 / 030



设计一个方便通道，让顾客流连其间 / 033

橱窗是店铺的脸，“勾来”顾客的心 / 034

舒适的空间布局，提高顾客的消费欲望 / 037

第三章

流通市场决定生意场，好卖场商品卖得才顺畅

先细分市场，再投入你的商品 / 041

好卖场不难找，缝隙市场就是卖的空档 / 043

决不随波逐流，错位经营商品最好卖 / 045

商品入市需要定位，把握市场的主动权 / 048

进行市场细分，选择目标市场 / 050

好商品扎堆卖，市场兴旺生意才兴旺 / 053

第四章

在电脑里面安个店铺，卖商品可以足不出户

不要死守传统模式，卖商品要利用网店的优势 / 057

要是商品适合网购，可以开一家淘宝店 / 059

先市场需求调查，再去网上卖商品 / 061

利用网络营销优势，打开商品的销路 / 063

商品也要灵活卖，双线营销让你业绩飞 / 066

网络陷阱无处不在，网上卖商品安全第一 / 068

第五章

卖商品最好走渠道，这样的买卖不愁销

确定你的竞争优势：渠道决定商道 / 073

买卖做得好，推销计划书少不了 / 076

不管商品多好，都要有正确的营销策略 / 079

假如你是有实力的卖家，可以直销分销两手抓 / 082

和商品生产企业一起，构建最佳销售渠道 / 084

第六章

只要价格合适，没有不受青睐的商品

维护价格诚实度，卖商品不能惟利是图 / 089

用低价位催生购买欲，让价廉软化顾客心 / 092

掌握商品定价原则，不让价格吓跑了顾客 / 095

定价切中顾客心理，让顾客动心卖家开心 / 098

晕轮效应定价法，醉翁之意不在酒 / 101

报价之前，找到顾客价格上的心思 / 103

根据产品质量来定价，顾客注重物有所值 / 105



第七章

商品好还要宣传好，生意是吆喝出来的

- 产品质量再好，宣传也不能少 / 109
- 制造噱头，利用特殊事件进行宣传 / 110
- 让顾客亲眼所见就是最好的广告 / 112
- 方寸纸上有名堂，让传单抓住顾客心 / 114
- 巧妙展示商品，使顾客充分了解商品 / 116
- 货卖一张皮，产品包装要讲究外在美 / 118

第八章

好商品更要好口才，这样说一定有人买

- 说话要讲究艺术性，买卖全在话语中 / 123
- 好的开场白，是推销成功的一半 / 125
- 沉默贵如金，会说不如会倾听 / 127
- 生意是谈出来的：掌握洽谈技巧 / 130
- 运用谈判技巧，控制谈判过程 / 132
- 这样询问顾客，顾客才会说 / 136
- 一语值千金，好价在于你会讨价还价 / 139

第九章

掌握顾客心理学，轻松地把商品卖出去

- 要想卖出商品，先要了解顾客状况 / 143
- 唤起顾客的心理需求，才能卖出你的商品 / 145
- 把握顾客的微反应，让自己顺利交易 / 148
- 顾客喜欢替自己着想的卖家 / 151
- 促进交易，多用一点欲擒故纵销售法 / 154
- 利用空间距离拉近顾客，让顾客接受你 / 156

第十章

运用促销手段，做对促销才能多卖商品

- 促销活动办得好，商品就会卖得好 / 161
- 生意讲究开门红，抓住开业时的促销机会 / 163
- 促销要懂得舍，有“白送”的生意最好做 / 165
- 打折也不是万能的，不打折也不是不可能 / 168
- 提供免费的午餐，小恩小惠促销售 / 170
- 反其道而行之，平常的商品高价卖 / 172



第十一章

不同的商品不同的卖法，卖商品一定要注意特色

- 卖玩具：了解产品还要了解顾客 / 177
- 卖服装：要提高你的审美眼光 / 179
- 卖办公用品：不妨从低级产品做起 / 181
- 卖家电产品：服务好的卖家不怕竞争 / 183
- 卖建筑材料：使产品深入顾客心中 / 186
- 卖耐用品：以顾客的实际需要为出发点 / 189

第十二章

卖商品更是卖服务，让你赢得更多回头客

- 时刻以顾客为中心，关注顾客的需求 / 193
- 服务不能随随便便，顾客满意为上 / 195
- 赢得顾客的信赖，和顾客建立长期联系 / 197
- 提供附加服务，这样的商品才好卖 / 200
- 提供个性化的服务，拉拢大量的回头客 / 202
- 做好售后服务 把握服务的技巧 / 205
- 售后多多跟进 顾客也能持久跟随你 / 208
- 建立回访机制，感动顾客就能抓住顾客 / 211



第一章

卖家先修炼自我，后销售商品

一个销售员或者一个生意人，只要是卖商品的，要想取得好业绩都必须拥有良好的职业素养。一个好的卖家，从衣着打扮到对自己所卖商品的了解，一样都不能马虎。所以，在卖商品之前，一定要修炼好自己作为卖家的素养。

提升业务素质，才能提高销售额

卖家的业务素质，是指与推销业务要求相符合并保证能在推销活动中取得一定业绩的综合能力。它是卖家个人能力的一种体现。卖家具有良好的业务素质是非常重要的。卖家经过一定的学习、培养和锻炼，其业务素质可以得到提高。通常，卖家的业务素质包括以下九个方面的内容：

1. 观察能力

卖家的观察能力是通过对消费者的家庭背景、社会关系、职业、经历、收入水平的了解；对消费者气质、性格、兴趣爱好的了解；对消费者对社会、对工作、对购买的态度地了解；对消费者在整个购买过程中所担任的角色、所处的地位、所起的作用的了解；对消费者在人际关系中的特点等的了解，寻找出与购买之间的规律，捕捉对推销有利的信息，从而不失时机地向消费者介绍商品、提供服务，达到良好的推销效果。

2. 社交能力

社交能力是人们为了某种目的，运用语言、非语言方式相互交流的本领。社交能力是从事推销工作必备的重要能力。

我们经常会发现一些人很善于与他人打交道，一旦相识，便能很快找到有共同兴趣的话题，经过交谈加深互相的了解，彼此留下良好的印象；而另一些人见到别人后，只会平淡地寒暄几句客套话，然后就不知所措了。这两种人的差别就在于社交能力的强弱。

社交能力是衡量一个卖家能不能卖出自己商品的标志，卖家要善于与各界人士建立亲密的关系，而且还必须懂得各种社交礼仪，比如日常生活礼节、外事交往礼节、宴会聚会礼节、公共场合礼节等。在与顾客洽谈过程中，往往有些问题在正式谈判场合不能得到解决，在社交场合却能得到圆满



解决。

3. 应变能力

卖家在日常工作中会接触到不同的顾客，他们有着不同的籍贯、性别、年龄、宗教信仰、文化知识、思想观念、社会阅历、生活习惯和交往礼节等。因此，在推销过程中，卖家首先要认真观察顾客的特点，掌握风土人情、生活习惯，了解其知识水平和文化涵养。

社会环境是不断变化的，每一因素的变化都会对推销工作产生重要的影响。例如，在市场经济深化发展中，出现了企业兼并、股份公司等现象，从而产生了新的推销组织；在市场竞争中，有新的同行加入竞争行列，出现了新的竞争对手。社会环境的复杂性和企业面临情况的多变性，都要求卖家具具有适应变化的能力与技巧。

卖家在日常工作中还要机警灵敏，随时应付可能发生的顾客异议和突发事件。卖商品的过程并非总是一帆风顺的，它有顺利发展的时候，也免不了会惨遭失败。对偶发事件的处理，直接关系到买卖活动能否顺利摆脱僵局，走出低谷。卖家的灵活应变能力可以在企业顺利发展之时，推动营销工作走向更新的领域，开创新的局面；在遭遇障碍之时，保持清醒冷静的头脑，想方设法寻求对策，克服障碍继续向前；在受到损害之时，临危不惧，尽快找到补救措施，反败为胜。

4. 自控能力

卖家在推销过程中虽然要有很强的自控、忍让能力，但这绝不意味着可以放弃原则。要想做到既忍让又不失原则，就必须具备灵活敏捷的反应，事先有所准备。

海尔冰箱在进入欧洲市场前，去欧洲参加了一个展销会。但是一名组委会的负责人不让海尔参加展览，他说中国的冰箱质量不好。当时，去参加展销会的工作人员都很着急。这时，一位副总裁想到了一个解决的办法：把冰箱的标签都揭去，然后让那位负责人挑选哪些商品的质量更好。结果选中的两台冰箱都是海尔生产的。他不得不佩服海尔的产品质量，也只好让海尔参展。试想如果参展人员缺乏足够的自控能力，与那位负责人大吵起来，或者

干脆不参展了，拉着冰箱回国，海尔可能就不会有今天的成就。因此，推销员要有足够的自控能力，以便很好地处理一些错综复杂的情况。

5. 表达能力

卖家有良好的语言表达能力，可以博得顾客的欢心，使人乐于与其交往，也有助于说服顾客，取得良好的推销业绩。卖家的语言表达能力表现在语句清晰、简洁、明了、准确适度、人情入理、亲切优美，能感染对方，激发起顾客的购买欲望，形成良好的推销气氛，实现销售的目的。

6. 业务知识

卖家具有丰富的业务知识是非常重要的。卖家应具备的业务知识包括：企业知识、商品知识、用户知识、市场知识和调查知识。卖家不仅要推销商品，而且要成为一名出色的市场调查员，善于开展对目标市场的宏观和微观、近期和远期的调查，并在调查的基础上善于分析和综合，准确地掌握和预测市场的变化和趋势。

7. 组织能力

卖家不仅要面对顾客，而且还要开展多种形式的促销宣传活动，如各种纪念活动、重大的庆典活动、新闻发布会、记者招待会、用户联谊会、商品展销会和日常的接待、整理资料、编写宣传材料等工作。每一项推销工作都需要详细地计划，认真地组织。卖家必须在每一项活动中都参与筹划安排，不断提高组织能力。

8. 判断能力

理解是判断的基础，判断是理解的继续与提高。人们对已经理解的事物，自然能够判断出该如何对待。而判断的关键在于以什么作为标准去界定与区分。卖家的判断能力表现在对消费者的需求了解的基础上，判断哪些消费者是在等待观望，哪些消费者是急需实施购买决策的。根据消费者不同的特点，有针对性地开展推销活动。

9. 决策能力

决策能力是指人们根据所处的环境及条件确定行为目标，并在达到目



标的多个可行性方案中进行分析、判断与优选的能力。卖家不仅仅是推销商品任务的简单执行者，更是有一定自主权力的推销决策人，应该为卖家的经营决策提供依据。

有积极的心态，才能卖好商品

实践表明，卖具有积极的心态，有利于激发顾客采取购买行为。商品能不能卖得出去，在很大程度上并不在于商品的魅力，而在于卖家本身的魅力。卖家的魅力，一个很重要的方面就来自于其积极的心态。积极的心态与消极的心态将直接决定卖家事业的成败，所以对卖家来讲，培养积极的心态是非常重要的。

1. 培养积极心态就要培养自信心

所谓自信就是相信自己的长处，相信自己的优势，相信自己比较稳定的优良品质，相信自己成功的经验，相信自己通过努力可将潜能发掘出来，相信自己通过综合优势的发挥能把握住成功的时机，能达到预定的推销目的。

自信是成功卖出商品的第一秘诀。相信自己能够取得成功，这是卖家卖出商品的先决条件。乔·吉拉德说：“信心是推销胜利的法宝。”乔·坎多尔弗说：“在推销过程的每一个环节上，自信心都是必要的成份。”培养坚定的自信心，是卖家迈向成功的第一步。要使自己成为一名合格的且卓有成效地从事推销业的卖家，就要努力做到：相信自己能够胜任推销工作，相信自己能够说服顾客购买商品，相信自己能够战胜推销活动中的各种困难，无论顺境还是逆境始终对推销事业充满必胜的信心。

卖家培养自信心要做的第一件事，就是全面而深入地了解自己的各个